

## **ФРАНЧАЙЗИНГ И ЕГО РОЛЬ В МИРОВОЙ И НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ**

В статье рассматриваются сущность франчайзинга, его особенности и роль; факторы повышения вклада франчайзинга в развитие мировой и национальной экономики.

The article describes the basis of franchising, its features and role; factors that increase contribution of franchising to the development of the world and national economy.

*Ключевые слова:* франчайзинг; преимущества франчайзинга; национальная экономика; мировая экономика.

*Key words:* franchising; franchise benefits; national economy; world economy.

Франчайзинг можно рассматривать как форму продолжительного делового сотрудничества, процесс создания, поддержания и развития франшизной системы франчайзера (правообладателя) посредством участия франшизополучателей (пользователей) – франчайзи.

Развитию франчайзинга способствуют созданная в 1972 г. Европейская ассоциация франчайзинга (Europe Franchise Federation – EFF, <http://www.eff-franchise.com/>), Всемирный Совет по франчайзингу (World Franchise Council – WFC), представляющий собой объединение 44 национальных ассоциаций франчайзинга (<https://www.worldfranchisecouncil.net/>). Членами WFC являются Российская ассоциация франчайзинга (РАФ) и ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг».

В соответствии с Европейским кодексом этики франчайзинга, принятым EFF, франчайзинг рассматривается как система маркетинга товаров и (или) услуг и (или) технологий, которая основана на тесном и постоянном сотрудничестве между юридически, финансово обособленными и независимыми предприятиями, франчайзером и его отдельными франчайзи, посредством чего франчайзер предоставляет отдельному франчайзи право и налагает обязанность вести бизнес в соответствии с концепцией франчайзера.

«Ноу-хау» рассматривается Европейским кодексом этики франчайзинга как совокупность непатентованной практической информации, полученной в результате опыта и тестирования франчайзером, которая является секретной, существенной и идентифицированной. Идентифицированность информации означает описание ноу-хау достаточно всеобъемлющим образом, чтобы можно было проверить, что оно соответствует критериям секретности и существенности [1].

В Гражданском кодексе Республики Беларусь под договором франчайзинга понимается договор, по которому одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на определенный в договоре франчайзинга срок либо без указания срока комплекс исключительных прав (лицензионный комплекс), включающий право использования фирменного наименования правообладателя и нераскрытой информации, в том числе секретов производства (ноу-хау), а также других объектов интеллектуальной собственности (товарного знака, знака обслуживания и т. п.), предусмотренных договором франчайзинга, для использования в предпринимательской деятельности пользователя [2].

В мире насчитывается 16,5 тыс. франчайзеров, 1,2 млн франчайзи. Объем продаж франчайзинговых сетей составляет 1,5 трлн долл. США. Наиболее широко франчайзинг распространен в Соединенных Штатах Америки (США) (3 828 брендов франшизы), Китае (более 4 000 брендов франшизы), Бразилии, Корее, Канаде, Японии, Индии. Из стран Европы широко развит франчайзинг во Франции, Германии, Испании, Италии, Великобритании (таблица).

### Развитие франчайзинга в отдельных странах Европы за 2011–2018 гг.

Страна	2011 г. – числитель, 2018 г. – знаменатель			
	Количество брендов франшизы	Количество франчайзинговых объектов	Численность занятых, тыс. чел.	Оборот, млрд евро
Франция	1 569 / 2 004	62 041 / 75 193	327,8 / 700	49,2 / 62
Германия	990 / 993	66 900 / 167 961	496 / 715,4	64,4 / 122,8
Испания	947 / 1 376	58 279 / 77 397	240,7 / 293,9	26,3 / 27,7
Италия	885 / 961	54 096 / 53 886	188,2 / 206,8	22,3 / 24,0
Великобритания	929 / *	40 100 / 44 200**	594 / 621**	13,4 / 16,8**
Польша	820 / 1 250	47 750 / 78 000	338 / *	28,1 / *
Нидерланды	739 / 869	29 781 / 34 179	270,3 / 375,8	31,3 / 56,9
Швеция	700 / *	26 000 / 35 000	110 / 150**	21 / 27,7
* данные отсутствуют; ** данные за 2015 г.				
Примечание – Собственная разработка авторов на основании данных источников [3–11].				

В 40 странах Европы, по данным Европейского отчета по франчайзингу, на 2011 г. насчитывалось не менее 12 600 франчайзеров и брендов франшизы, более 500,5 тыс. франчайзинговых объектов, обеспечивалась занятость более 3,3 млн чел. [1].

В 2018 г. во Франции по данным Французской Федерации франшизы (FFF) насчитывалось 2 004 франчайзинговых сетей, т. е. прирост по сравнению с 2011 г. составил 27,7%; 75 193 франчайзинговых объектов (прирост – 22,2%), было занято 700 тыс. чел. (прирост в 2,1 раза). Оборот составил 62 млрд евро, т. е. увеличился на 26% [4].

В Германии количество брендов по сравнению с 2018 г. возросло незначительно, однако в 2,5 раза увеличилось количество франчайзинговых объектов, на 44,2% возросла численность занятых, в 1,9 раза – оборот [5].

В Испании в 2018 г. имелось 1 376 брендов франшиз, что на 45,3% больше, чем в 2011 г. Возросла с 81 до 82,1% доля отечественных франшиз. Франчайзинговая система продолжает генерировать увеличение занятости на 22,1% за 2011–2018 гг., несмотря на кризисный период [6].

По Великобритании последний опубликованный отчет содержит обзор франчайзинговой индустрии за 2015 г. Оборот франчайзинговых предприятий в 2015 г. составил 15,1 млрд фунтов стерлингов (примерно 16,8 млрд евро), увеличился на 25,4% по сравнению с 2011 г. Общая численность занятых составила 621 тыс. чел. Количество франчайзи за два года увеличилось на 14% (до 44 200) [8].

В Нидерландах за 2011–2018 гг. количество брендов по франшизе увеличилось до 869, т. е. на 17,6%, франчайзи – на 14,8%, занятых – до 375,8 тыс. чел., т. е. на 39%, а оборот – в 1,8 раза [10].

Франчайзинг как форма ведения бизнеса успешно используется более чем в 75 различных отраслях экономики, однако наибольшее распространение получил в розничной торговле (в том числе продуктами питания), общественном питании.

В Нидерландах 20,6% всех предприятий в сфере торговли работают по франшизе, в Польше – 9,6, Испании – 6,7, Швеции – 7,2%. В общественном питании Великобритании 6,3% всех предприятий работают по франшизе, в Нидерландах – 5,6, Испании – 3,7% [3].

В Финляндии по количеству франчайзинговых объектов торговля занимает 36%, общественное питание – 16, услуги – 48%. В Греции на розничную торговлю приходится 44% франчайзи, общественное питание – 11, образование – 10,3, услуги – 34,7% [3]. В Нидерландах на розничную торговлю приходилось в 2018 г. 20,8% всех брендов франшиз, общественное питание – 11,1, индустрию гостеприимства – 13,1% [3]. В Испании из 1 376 франшиз в 2018 г. большое количество брендов имеет сектор «Мода» (в общей сложности 247 сетей или 18%) [6].

В России представлено 1 050 брендов, из которых 60% составляют отечественные франшизы, 40 000 – франчайзинговые объекты. Рост количества франчайзинговых объектов составил 98% за последние три года. В топ франшиз входят розничная торговля, общественное питание, бытовое обслуживание, сфера услуг, авто, медицина и здоровье [12].

В России восемь наиболее востребованных бизнесов с высоким удельным весом открытых по франшизам предприятий: торговля – 46%; общественное питание – 22; бытовое обслуживание – 11; развлекательная сфера, спорт-индустрия и путешествия – 7; другие виды бизнеса – 14%. Постепенно увеличивается доля франшиз в области бизнес-обслуживания (клининг, заправка картриджей, бухгалтерский аутсорсинг и т. п.).

Франчайзинг предоставляет определенные преимущества для франшизодателей, франшизополучателей и общества.

Преимущества франчайзинга для общества проявляются в повышении общей культуры ведения бизнеса и уровня обслуживания потребителей; создании новых рабочих мест и вовлечении более широких слоев населения в предпринимательство; стимулировании добросовестной конкуренции; упрощении внедрения инновационных технологий; освоении нового опыта, методов и технологий ведения бизнеса; практическом обучении предпринимательству; привлечении инвестиций в национальную экономику; расширении знаний потребителей различных регионов страны о продуктах и услугах; нивелировании степени экономического развития различных регионов страны, особенно в части развития инфраструктуры регионов.

Статистика подтверждает более высокую эффективность работы в условиях франчайзинга. По данным Британской ассоциации франчайзинга, 97% франчайзи сообщают о прибыльности, при этом 56% заявили, что они «вполне» или «очень» прибыльны, в то время как в первые три года закрывается от половины до двух третей всех независимых стартапов [8].

Из всех вновь образованных фирм в мире 85% прекращает свою деятельность в течение первых пяти лет, а среди тех, кто работает по франшизе, – лишь 14%. В Российской Федерации для компаний через 5 лет уровень банкротства достигает, по оценкам в разные годы, от 70 до 90%, а для компаний, работающих в системе франчайзинга, закрытие предприятий-франчайзи в первые пять лет работы составляет от 4 до 20%. Следовательно, от 80 до 96% предприятий с франшизой преодолевают знаковый пятилетний рубеж.

Иностранные франчайзеры, обладающие уже отработанными технологиями управления, производства и продаж, поставляют их на новые рынки, обеспечивая себе дополнительные конкурентные преимущества. В основном иностранные компании для работы по франшизе используют прямой франчайзинг либо мастер-франшизу. При мастер-франшизе франчайзер передает право представлять свои интересы (мастер-франшизу) на определенной территории одному лицу или компании. Владелец мастер-франшизы занимается поиском франчайзи, а также осуществляет управление и контроль за их работой. Например, у Subway владелец мастер-франшизы в России – это Subway Russia Franchising Company; у Burger King владелец мастер-франшизы в России – это сеть кофеен «Шоколадница».

По мере развития различных национальных предпринимательских структур, накопления ими собственного опыта формируются и расширяются отечественные франчайзинговые сети, при этом структура национального рынка франшиз меняется в пользу преобладания отечественных франшиз.

В странах Европы высокая доля отечественных брендов наблюдается в странах, в которых франчайзинг давно существует, а также в странах с модернизированной экономикой и значительным экономическим ростом: во Франции – 85,2%, Нидерландах, Италии – 85, Дании – 82, Испании – 81, Германии – 68 (в 2018 г. показатель уменьшился до 68%), Великобритании, Швеции – 80, Финляндии, Польше – 74 (в 2018 г. показатель возрос до 85%), Венгрии – 70, Греции – 69,8, Португалии – 62, Бельгии – 60% [3]. В странах Центральной и Восточной Европы доля отечественных франшиз быстро увеличивается. В Австрии с ее географической и культурной близостью к Германии, несмотря на многолетний опыт развития франчайзинга, особенностью является относительно меньшая доля национальных брендов (46%) и высокая доля немецких брендов.

В Беларуси первый договор франчайзинга был зарегистрирован в Национальном центре интеллектуальной собственности Республики Беларусь в 2006 г. (франчайзер – общество с ограниченной ответственностью (ООО) «НТС», франчайзи – ООО «ЦЕНТР»). В настоящее время на рынке работают почти 90 компаний-франчайзеров, зарегистрировано более 220 франчайзинговых договоров, большинство из них – в сфере розничной торговли, общественного питания и услуг. На сайте компании «Белфранчайзинг» в настоящее время в каталоге франшиз в сфере общественного питания представлено 54 предложения. У 11 франчайзеров страной происхождения является Беларусь, 18 – Россия, 4 – Украина. В каталоге франшиз в сфере торговли представлено 88 предложений, в том числе 19 отечественных франшиз, 20 – российских, 5 – украинских [13].

Европейская ассоциация франчайзинга (EFF) содействует развитию франчайзинга в Европе. Используется Европейский кодекс этики франчайзинга, основополагающими принципами которого являются добросовестность и честность в отношениях франчайзера и франчайзи на основе справедливости, прозрачности и лояльности в целях установления доверия в отношениях.

В странах Европы система мер по поддержке развития франчайзинга включает правительственную поддержку национальных ассоциаций франчайзинга; услуги для членов национальных ассоциаций (конференции, семинары); веб-сайты с различными инструментами для пользователей (например, локатор системы, правовые базы данных); банковскую поддержку в виде государственных гарантий по франшизе; ежегодные научные исследования; франшизные выставки, специальные образовательные учреждения и программы по франчайзингу для получения статуса менеджера по франшизе (например, Deutsches Franchise-Institut GmbH как 100%-ная дочерняя компания Немецкой ассоциации франчайзинга, <https://www.franchise-institut.de/>); финансирование стартапов франшиз; государственные программы поддержки безработных, желающих стать франчайзи (например, в Италии программа «INVITALIA»); национальные награды отрасли (например, в Германии – ежегодные призы в категориях «Франчайзер года», «Основатель франшизы года», «Зеленая Премия франшизы»).

В Германии используется аккредитация системы франчайзинга (DFV-System-Check), разработан уникальный общенациональный сертификат ИНК, предназначенный для новых и опытных специалистов в центрах франчайзинга. После успешной проверки полноправные члены имеют право на три года иметь знак качества Немецкой ассоциации франчайзинга. По истечении этого времени переаттестация обязательна.

В Нидерландах также проводится проверка системы франчайзинга, каждые пять лет осуществляется повторная аккредитация проверок договоров франчайзинга членов Ассоциации франчайзеров Нидерландов (NFV). Система аккредитации членов, направленная на продвижение правильного и этичного франчайзинга, существует и в Великобритании. Аккредитация обеспечивает доверие и признание системы франчайзинга.

Специальный бизнес-колледж франшизы (Franchise Business College) создан в Финляндии (<https://www.fbc.fi/fbc/>). Он организует тренинги для менеджеров сетей, сетевых предпринимателей, компаний, занимающихся франчайзинговым планированием, а также для предпринимателей и других заинтересованных сторон. Создана универсальная программа обучения долгосрочному управлению сетями (DiFM) для менеджеров, менеджеров сети, менеджеров по франшизе, менеджеров по развитию, включающая специальный раздел по международному франчайзингу.

В Венгрии сети франшиз, которые соблюдают Европейский этический кодекс, имеют право участвовать в тендерах на программы финансовой поддержки Европейского союза (правительства).

В Великобритании 4 банка являются членами национальной ассоциации франчайзинга – BFA (<https://www.thebfa.org/>). В них имеются специальные отделы франчайзинга. 70% всех франчайзи и 75% всех франчайзеров сотрудничают с этими банками [3].

Российская ассоциация франчайзинга (РАФ) и ассоциация франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг» являются членами Всемирного Совета по франчайзингу (WFC). Все полноправные члены Всемирного франчайзингового совета должны иметь свой собственный кодекс этики, соответствующий кодексу этики, обнародованному Международной ассоциацией франчайзинга или Европейской федерацией франчайзинга. Обязательное соблюдение кодекса этики создает систему стандартов. Важно также определить свои критерии и стандарты членства, чтобы они служили общим интересам развития франчайзинга в стране, обеспечению цивилизованности, прозрачности и понятности рынка франшиз.

Для дальнейшего развития франчайзинга в России и Беларуси нужны поддержка со стороны государства на основе пропаганды франчайзинга для развития малого бизнеса; предоставление целевых кредитов на приобретение франшиз малым бизнесом, прежде всего, в регионах; развитие системы информационной поддержки, обучающих программ по вопросам франчайзинга.

РАФ предлагает ввести франчайзинг в программы специального и высшего образования. Обращается внимание на важность оказания помощи российским франчайзерам по расширению в регионы России и в рамках единого экономического пространства Евразийского экономического сообщества, продвижения российских брендов франшиз за рубежом.

При реализации комплекса мер поддержки развития франчайзинга он будет одним из путей насыщения регионов услугами; мощным катализатором развития малого и среднего предпринимательства (в настоящее время в Европе в среднем 65% валового внутреннего продукта (ВВП) формируется малым бизнесом, США – 60–65%, в Республике Беларусь за 2017 г. – 24,7%); эффективным каналом трансфера технологий и знаний, наращивания инновационного потенциала отечественной экономики, регионального развития [14, с. 18].

## Список использованной литературы

1. **Франчайзинг:** определение и описание / Сайт Европейской ассоциации франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.eff-franchise.com/101/franchising-definition-description.html>. – Дата доступа : 21.06.2019.
2. **Гражданский** кодекс Республики Беларусь : принят Палатой представителей Нац. собр. Респ. Беларусь 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. Нац. собр. Респ. Беларусь 19 нояб. 1998 г. // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] // ООО «Юр-Спектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2019.
3. **European** franchise report [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.eff-franchise.com/DisplayPage.aspx?pid=119>. – Дата доступа : 30.06.2019.
4. **Ключевые** показатели / Сайт Французской федерации франшизы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.franchise-fff.com/franchise/les-chiffres-cles>. – Дата доступа : 30.06.2019.
5. **Статистика** франшизы 2018 / Сайт Немецкой ассоциации франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.franchiseverband.com/aktuelles-erfahren/presse/detail/news/detail/News/franchisestatistik-2018-dynamisches-wachstum-fortgesetzt>. – Дата доступа : 30.06.2019.
6. **Франшиза** в Испании / Сайт Испанской ассоциации франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.franquiciadores.com/la-franquicia-espana>. – Дата доступа : 30.06.2019.
7. **Данные** и статистика / Сайт Итальянской ассоциации франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.assofranchising.it/il-franchising.html#dati>. – Дата доступа : 30.06.2019.
8. **Исследования** отрасли франчайзинга / Сайт Британской ассоциации франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://thebfa.microsoftmportals.com/external-relations-pr/franchise-industry-research>. – Дата доступа : 30.06.2019.
9. **Report** on franchising in Poland 2018 / Сайт Польской франчайзинговой организации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://franchise.org.pl/report-on-franchising-in-poland-2018>. – Дата доступа : 30.06.2019.
10. **Статистика** франшизы 2018 / Сайт Голландской ассоциации франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://www.nfv.nl/Franchise%20statistiek%202018>. – Дата доступа : 30.06.2019.
11. **Statistik** – HUI rapporter / Сайт ассоциации «Свенская франшиза» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://svenskranchise.se/statistik-hui-rapporter>. – Дата доступа : 30.06.2019.
12. **Место** в мире / Сайт Российской ассоциации франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.rusfranch.ru/about/mesto\\_v\\_mire](http://www.rusfranch.ru/about/mesto_v_mire). – Дата доступа : 19.06.2019.
13. **Каталог** франшиз / Сайт ассоциации франчайзеров и франчайзи «Белфранчайзинг» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://belfranchising.by/katalog-franshiz>. – Дата доступа : 19.06.2019.
14. **Малое** и среднее предпринимательство в Республике Беларусь : стат. сб. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public\\_compilation/index\\_13297](http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_13297). – Дата доступа : 30.06.2019.